

УДК 004.9:338.48-6:005

Н. О. Батьковець канд. екон. наук, доц., Е.І. Кордек, Л. Р. Стецюк
Львівський інститут економіки та туризму, Україна

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Batkovets N. O., Ph.D., Assoc. Prof., E.I. Kordek, L.R. Stetsyuk
**BUSINESS VIRTUALIZATION PROCESS THROUGH THE INTRODUCTION OF
MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN TOURISM**

Управління бізнес-процесами підприємств туристичної індустрії реалізується через складний механізм збалансованого використання ресурсів для підтримання технології виробництва послуг. Кожен бізнес-процес підприємств нематеріальної сфери має специфічні характеристики, які потребують детального обліку, контролю і планування. Ці процеси можуть бути ефективними лише за умови застосування сучасних інформаційних технологій.

Туристичний ринок є одним із найбільш динамічних та, на відміну від інших ринків, характеризується великою кількістю учасників, значною їх географічною роз'єднаністю, швидким оновленням інформації. За останні роки темпи розвитку світового туризму зросли на 20%. На цьому фоні вітчизняний туризм характеризується зменшенням темпів зростання на 3,4 %. Однією з причин є недостатність інформації та реклами вітчизняного туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, недосконалість механізму інформаційного обміну між суб'єктами туристичної діяльності, що обумовлює актуальність проблеми, яка досліджується в даних тезах.

Туристична сфера є інформаційно-насиченою, оскільки характеризується різноманітністю ділових зв'язків із партнерами, динамічністю бізнес-процесів, індивідуалізацією туристичних послуг, технологічним удосконаленням та високою конкуренцією. Розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без впровадження сучасних інформаційних технологій, які забезпечують: інтеграцію і зв'язок; покращання якості послуг; передачу великого обсягу інформації; збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності; можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта; ефективний зворотній зв'язок.

Основою взаємодії між різними складовими туристичної інфраструктури є інформація, а інформаційна інфраструктура являє собою інформаційну взаємодію фізичних, юридичних осіб та державних органів влади, яка забезпечує умови відтворення різних процесів (політичних, правових, організаційних, виробничих, соціально-економічних, науково-технічних).

Під впливом глобальних інформаційних змін, на нашу думку, відбулося відродження періоду активного розвитку, який характеризується якісно і змістовно новими інформаційними потребами та інформацією, що їх задовольняє.

Інформаційні технології забезпечують підтримку маркетингу двома основними способами: шляхом надання інформації, необхідної для прийняття маркетингових рішень, забезпечення каналами для надання послуг новими способами. Впровадження їх забезпечує ефективну реалізацію маркетингових функцій.

Застосування маркетингових інструментів необхідне для просування туристичного продукту. Визначено різноманітні засоби реклами в Інтернеті, до яких віднесено: на комерційних сайтах; в пошукових системах; реєстрація у пошукових каталогах; оптимізація веб-сайту; рекламу електронною поштою. В Україні за останні роки обсяги реклами в Інтернеті суттєво збільшились, оскільки вона є одним із

інструментів іміджевої реклами, ефективним засобом залучення нових клієнтів та збільшення продажів туристичних послуг [1].

Реалізація маркетингових функцій у туризмі за допомогою інформаційних технологій обумовлює розвиток електронного бізнесу в цілому.

Інформаційні технології застосовують для збору інформації, виявлення та реєстрації претензій, скарг, відгуків на сайті компанії, взаємодії за допомогою послуг Інтернет, систем резервування, бронювання та консультації, формування електронної бази даних, використання спеціалізованих програмних продуктів у роботі менеджерів, проведення опитувань туристів, навчання персоналу.

Центральний елемент реклами в Інтернеті – це веб-сервер фірми. На його основі будується весь комплекс рекламних заходів [5].

Потужним засобом для просування і продажу турів є сайт туроператора. Це не лише засіб поінформування про варіанти подорожей, а ще й потужний маркетинговий інструмент збуту, формування політики лояльності до посередників-агентів і туристів. Насиченість сайту має можливість онлайн консультації та ознайомлення із актуальними пропозиціями, акціями, розпродажами; постійне оновлення та додавання контенту сайту (нових медіа файлів, каталогів, інформації щодо спрощення оформлення документів туристів, он-лайн кабінет агентів, у якому можна відслідковувати процес виконання замовлення, розвиток мобільних версій для туристичних сайтів) [2].

В діяльності туристичних фірм можна виділити п'ять сфер застосування сучасних інформаційних технологій: інтегрована автоматизація управління готелем; автоматизація функцій обліку; комунікації; реклама; система інтернет-бронювання; інформаційні технології [4].

Подальший розвиток віртуалізації туроперейтингу спрямованих на широке використання мобільних технологій самими туристами до, під час та після подорожі, а також з метою пошуку необхідної інформації про спеціальні пропозиції туроператорів, контактної інформації, взяття участі в розіграші призів, додаткових послуг по туру тощо [3].

Таким чином, впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств дозволяє збільшити кількість замовлень, підвищити продуктивність праці персоналу, покращити обслуговування, знизити окремі категорії витрат (на зв'язок, надсилення пошти); підвищити конкурентоспроможність підприємства та його тур продуктів, посилити економічну безпеку організації.

Література

- 1.Електронний ресурс http://tourlib.net/aref_tourism/melnychenko.htm
- 2.Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.citforum.ru/internet/html/cookie.shtml>.
- 3.Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.harvestdigital.com/>
- 4.Миронов Ю. Б. Інформаційні технології в діяльності санаторно-готельних підприємств // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2007. - Випуск 26. - С.193-200.
- 5.Стригуль Л.С., Івлєва М.В. Напрямки вдосконалення діяльності підприємств туристичної галузі за рахунок впровадження інформаційних технологій. Вісник НТУ "ХПІ". - 2011. - Вип.30. - С.140-145. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/strygul.htm